

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, LOKASI DAN
PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK AYAM GEPREK SPESIAL SAMBAL KOREK
(SAKO) PUSAT KABUPATEN SRAGEN**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun Oleh:
SITI FARKHAH LUOMANAH
B100150298

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2019**

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca Skripsi dengan judul:

Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Lokasi, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ayam Geprek Spesial Sambal Korek (SAKO) Pusat Kabupaten Sragen.

Yang ditulis dan disusun oleh:

SITI FARKHAH LUQMANAH
B 100 150 298

Penandatanganan berpendapat bahwa Skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 05 Agustus 2019
Pembimbing Utama


(Dr. Muzakar Isa, SE, M.Si.)
NIDN. 0622117602

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta


(Dr. H. Syamsudin, SE, MM)
NIDN. 0017025710

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. A. Yani Tromol Pos 1 Pabelan Kartosuro Telp. (0271) 717417 Surakarta-57102

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : SITI FARKHAH LUQMANAH

NIM : B 100150298

Jurusan : MANAJEMEN

Judul Skripsi : PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK,
LOKASI, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK AYAM GEPREK
SPESIAL SAMBAL KOREK (SAKO)
PUSAT KABUPATEN SRAGEN

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya yang telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 5 Agustus 2019
Yang membuat pernyataan



(SITI FARKHAH LUQMANAH)

MOTTO

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari sesuatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain). Dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap. (QS. AlInsyirah, 6-8).”

“Hai orang-orang yang beriman, mintalah pertolongan (kepada Allah) dengan sabar dan (mengerjakan) shalat, sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar.” (Al-Baqarah: 153)

“Hari ini berjuang, hari esok meraih kemenangan.”

“Seandainya seluruh manusia berkumpul untuk memberimu sebuah manfaat, atau seluruh manusia berkumpul untuk memberimu sebuah bahaya, niscaya itu takkan berdampak apapun terhadapmu. Kecuali dengan izin Allah..”

PERSEMBAHAN

Bismillahirrohmanirrohim, dengan segala kerendahan dan ketulusan hati penulis persembahkan karya istimewa ini teruntuk:

1. Allah SWT atas segala nikmat dan karunia yang telah diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik.
2. Suri tauladan kita Nabi Muhammad SAW, semoga shalawat serta salam selalu tercurah kepada beliau, keluarga dan para sahabatnya.
3. Orang tua saya tercinta Abah Ibu yang selalu memberikan kasih sayang, do'a, dan dukungan yang luar biasa sehingga dapat menyelesaikan kuliah saya di Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Adik-adikku tersayang, Luluk dan Putri atas dorongan semangatnya yang tak pernah putus.
5. Teman-teman seperjuangan, serta semua sahabat dan teman dekat yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.
6. Almamater UMS tercinta.

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr.Wb

Alhamdulillah, puji dan syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat, hidayah dan anugerah-Nya. Tak lupa sholawat serta salam tetap tercurah kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan para sahabat, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Lokasi, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ayam Geprek Spesial Sambal Korek (SAKO) Pusat Kabupaten Sragen”** dengan lancar. Penulisan skripsi ini disusun sebagai syarat dalam rangka memenuhi tugas akhir dan memperoleh gelar sarjana ekonomi pada strata 1 ilmu ekonomi, konsentrasi manajemen pemasaran di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Selama proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan bimbingan, arahan, dukungan serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, untuk semua pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung dengan penuh kerendahan hati penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih kepada:

1. Dr. H. Sofyan Anif, M.Si selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta dan segenap pimpinan rektorat Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Dr. H. Syamsudin, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

3. Imronudin, SE, M.Si, Ph.D selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Dr. Muzakar Isa, SE, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah sabar membimbing dan memberikan masukan serta arahan dalam penyusunan skripsi.
5. Bapak dan Ibu Dosen di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah membekali penulis dengan ilmu pengetahuan selama mengenyam bangku perkuliahan, serta tak lupa seluruh karyawan dan staff Tata Usaha yang telah memberikan bantuan dan kelancaran dalam urusan administrasi.
6. Abahku tersayang, ibuku tercinta, dan adek-adek terkasih yang telah memberikan do'a, kasih sayang, motivasi, dukungan, semangat, masukan serta membantu baik secara spiritual maupun materiil sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Semoga Ibu, Bapak, dan adikku selalu dalam lindungan Allah SWT.
7. Teman-teman kelas H Manajemen UMS 2015 yang telah memberikan dukungan dan semangat.
8. Sahabat-sahabatku yang selalu memotivasiku, yang berjuang bersama-sama dalam menyelesaikan skripsi ini dan tak lupa memberi semangat satu dengan yang lain.
9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang dengan ikhlas membantu penulis hingga terselesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan keterbatasan sehingga jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran sangat diharapkan. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi dan wacana bagi pihak-pihak yang membutuhkan. Amiin yaa Robbal alamin

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Surakarta, Agustus 2019

Siti Farkhah Luqmanah

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Lokasi, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ayam Geprek Spesial Sambal Korek (SAKO). PT. Geprek Group Indonesia merupakan perusahaan yang bergerak dibidang kuliner lebih spesifik lagi kuliner dengan menu utama ayam kampung. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang sedang berkunjung ke resto Ayam Geprek Spesial Sako. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 110 orang responden konsumen yang sedang ataupun sudah pernah merasakan makan di Resto Ayam Geprek Spesial Sako Pusat Kabupaten Sragen. Teknik pengambilan sampel dengan metode non-probability sample. Teknik analisis data menggunakan Analisis Linear Berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh atau tidak citra merek, kualitas produk, lokasi, dan persepsi harga pterhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Citra Merek, Kualitas Produk, Lokasi, Persepsi Harga, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of Brand Image, Product Quality, Location, and Price Perception on Purchasing Decisions for Special Products of Ayam Geprek Special Sambal Korek (SAKO). PT. Geprek Group Indonesia is a culinary company that is more specific in culinary, with the main menu being native chicken. The population in this study were consumers who were visiting the Ayam Geprek Special Sako restaurant. The sample in this study amounted to 110 respondents who were or had already eaten at the Ayam Geprek Special Sako Restaurant in Sragen Regency. The sampling technique is a non-probability sample method. The data analysis technique uses Multiple Linear Analysis. The results of this study indicate the influence of brand image, product quality, location, and price perception on purchasing decisions.

Keywords: Brand Image, Product Quality, Location, Price Perception, Purchasing Decision

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAKSI.....	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Kegunaan Penelitian	6
E. Sistematika Penulisan Skripsi	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
A. Keputusan Pembelian.....	10
B. Citra Merek (Brand Image)	20
C. Kualitas Produk	23
D. Lokasi.....	27
E. Persepsi Harga	29
F. Penelitian Terdahulu	32
G. Kerangka Pemikiran.....	36
H. Hipotesis	37
BAB III METODE PENELITIAN.....	38
A. Jenis Penelitian	38
B. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	38

	C. Populasi dan Sampel	41
	D. Data dan Sumber Data	43
	E. Metode Pengumpulan Data	43
	F. Teknik Analisis Data.....	44
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	49
	A. Deskripsi Restoran.....	49
	B. Deskripsi Responden	49
	C. Gambaran Tanggapan Responden Mengenai Variabel Penelitian.....	54
	D. Uji Instrumen.....	62
	E. Uji AsumsiKlasik.....	66
	F. Uji Hipotesis	68
	G. Pembahasan	73
BAB V	PENUTUP	75
	A. Simpulan	75
	B. Keterbatasan Penelitian.....	75
	C. Saran	76
	DAFTAR PUSTAKA	77
	LAMPIRAN	80

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Deskripsi Responden Menurut Jenis Kelamin	50
Tabel 4.2. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	51
Tabel 4.3. Deskripsi Responden Berdasarkan Alamat.....	52
Tabel 4.4. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan.....	53
Tabel 4.5. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	53
Tabel 4.6. Deskripsi Responden Berdasarkan Pengeluaran	54
Tabel 4.7. Tanggapan Responden Tentang Citra Merek	55
Tabel 4.8. Tanggapan Responden Tentang Kualitas Produk	57
Tabel 4.9. Tanggapan Responden Tentang Lokasi.....	58
Tabel 4.10. Tanggapan Responden Tentang Persepsi Harga	59
Tabel 4.11. Tanggapan Responden Tentang Keputusan Pembelian.....	60
Tabel 4.12. Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek	62
Tabel 4.13. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk	63
Tabel 4.14. Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi	64
Tabel 4.15. Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Harga.....	64
Tabel 4.16 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	65
Tabel 4.17. Hasil Uji Reliabilitas	66
Tabel 4.18. Hasil Uji Normalitas	66
Tabel 4.19. Hasil Uji Multikolinearitas	67
Tabel 4.20. Hasil Uji Heterokedastititas	68
Tabel 4.21. Koefisien.....	69

Tabel 4.22. ANOVA	71
Tabel 4.23 Regresi	71
Tabel 4.24 Rekapitulasi Hasil Uji Hipotesis	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Tahap Proses Keputusan Pembelian	11
Gambar 2.2. Kerangka Pemikiran	36

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Data Penelitian

Lampiran 3 Hasil Frekuensi Identitas Responden

Lampiran 4 Hasil Tanggapan Responden

Lampiran 5 Hasil Uji Validitas

Lampiran 6 Hasil Uji Reliabilitas

Lampiran 7 Hasil Uji Asumsi Klasik

Lampiran 8 Hasil Uji Hipotesis

Lampiran 9 Tabel r